

Notícies

Es crea la nova AGÈNCIA CATALANA DE TURISME

El Parlament de Catalunya va aprovar, el passat 28 de novembre, la creació de l'Agència Catalana de Turisme, que en el termini màxim de sis mesos des de la seva aprovació ha de substituir l'actual Consorci de Turisme de Catalunya. La nova agència neix amb la voluntat d'oferir un model de gestió de la promoció turística que fomenti la participació del sector privat. El seu objectiu és dotar el sector turístic d'un instrument de promoció més eficaç, que contribueixi a mantenir la posició competitiva de Catalunya com a destinació líder.

Catalunya és una de les principals potències turístiques del món. L'activitat turística té per a Catalunya una gran importància, no només econòmica, sinó també social, cultural i mediambiental. El caràcter transversal d'aquesta activitat, que repercuteix en una gran diversitat de sectors, fa que el turisme requereixi un tractament diferent del que demanen altres tipus de productes o indústries.

Fins ara, la Generalitat havia dut a terme, amb el Consorci de Turisme de Catalunya, un model tradicional de la promoció turística, on el sector públic assumia la major part del finançament i, per tant, de la gestió. Tanmateix, l'activitat turística es desenvolupa en un entorn cada vegada més competitiu, ja que els comportaments de la demanda són cada vegada més dinàmics i moltes destinacions turístiques han arribat a quotes de maduresa i d'estancament importants. Aquestes noves circumstàncies aconsellen adoptar un nou model, que fomenti una participació més gran del sector privat en la promoció turística. Es tracta, en definitiva, de

posar a disposició del sector privat una eina que li faciliti una implicació més gran en les accions promocionals, sens perjudici de l'important paper que han de continuar fent les administracions públiques.

És per això que es posa en marxa la nova Agència Catalana de Turisme, un nou ens que ha de permetre descentralitzar la gestió i rendibilitzar al màxim els recursos destinats a la promoció turística, per tal de donar un salt quantitatiu i qualitatiu en el sector turístic de Catalunya.

Aquest organisme dona resposta, a més, a una petició del sector empresarial, manifestada en el Segon Congrés de Turisme, de renovar la gestió de la promoció turística del país, i a la voluntat de treballar més coordinadament amb la resta

OBJECTIUS

El principal objectiu de l'Agència Catalana de Turisme és promocionar Catalunya com a destinació turística de referència internacional. Altres objectius específics:

- **Situar la marca "Catalunya"** com a referent de destinació turística de qualitat amb identitat pròpia.
- **Cercar la màxima col·laboració** entre tots els agents turístics vinculats a la promoció turística.
- **Potenciar la promoció dels productes, serveis, segments de mercat i territoris** que afavoreixen l'equilibri territorial, socioeconòmic i mediambiental de Catalunya.
- **Facilitar al conjunt dels agents turístics i a les empreses** proveïdores de béns i serveis al turisme la informació de mercat i comercial i l'assistència tècnica adequada.
- **Optimitzar les accions de promoció** des de la perspectiva de l'eficiència i amb vista a obtenir bons resultats promocionals.



Catalunya és una de les principals potències turístiques del món.



La creació de l'Agència Catalana de Turisme va ser aprovada el 28 de novembre per unanimitat al Parlament de Catalunya.



La nova agència neix amb la voluntat de fomentar la participació del sector privat i mantenir la posició competitiva de Catalunya com a destinació líder.

d'administracions públiques i en col·laboració amb el conjunt de les empreses privades.

Estructura orgànica: el Consell de Direcció i el Consell General de Participació

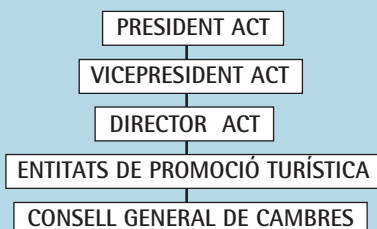
L'Agència Catalana de Turisme (ACT) està presidida pel conseller/a del Departament competent en matèria de Turisme, i té com a vicepresident el director/a general de Turisme. El conseller/a corresponent també nomenarà un director de l'Agència. Així mateix, en l'estructura orgànica de l'ACT destaquen dos òrgans principals: el Consell General de Participació i el Consell de Direcció. El primer esdevindrà un òrgan de debat, reflexió i consulta orientat a promoure la participació i col·laboració entre el sector públic i privat. El Consell de Direcció serà l'òrgan de decisió i control de l'entitat i, per tant, establirà les directrius d'actuació de l'agència. Una de les novetats més destacades és el fet que la participació en el Consell de Direcció està condicionada a la realització d'una aportació econòmica a l'Agència. D'aquesta manera es pretén fomentar una implicació financera i un poder de decisió més grans del sector públic i del sector privat en la promoció turística.

FUNCIONS DE L'AGÈNCIA

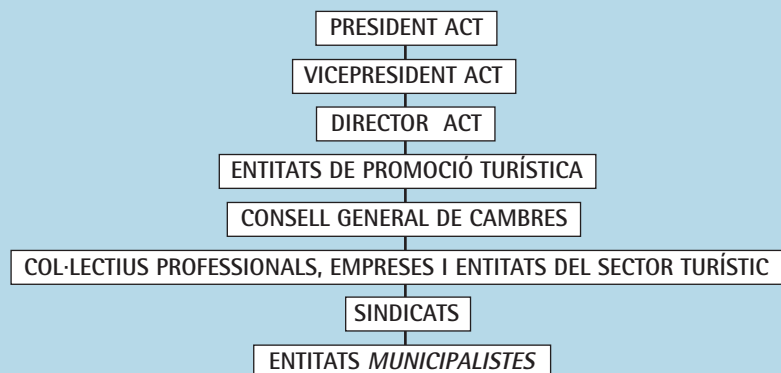
- **Planificar, executar, coordinar i impulsar** les accions de promoció de l'activitat turística de Catalunya.
- **Fomentar les relacions** entre les administracions que actuen en matèria de promoció turística.
- **Gestionar, directa o indirectament**, establiments o altres recursos, productes i serveis turístics que li siguin encomanats o adscrits.
- **Afavorir processos de comercialització** de productes i serveis turístics que fomentin l'equilibri territorial, la diversificació de l'oferta, la desestacionalització de la demanda i la identitat cultural, en col·laboració amb el sector privat.
- **Informar i difondre els productes turístics** de Catalunya.

En aquests òrgans, a més de la Generalitat de Catalunya, hi són representades les entitats de promoció de caràcter territorial i sectorial, el Consell General de Cambres Oficials de Comerç, Indústria i Navegació de Catalunya, col·lectius professionals, empreses representatives del sector, els sindicats i les entitats *municipalistes*. ■

CONSELL DE DIRECCIÓ



CONSELL GENERAL DE PARTICIPACIÓ



Notícies

SALÓ INTERNACIONAL DEL
turisme
 A CATALUNYA SITC LÍDER EN PÚBLIC VIATGER

EL SITC duu el món a Montjuïc

L'oferta turística de 76 països, les propostes de 1.500 expositors i diverses activitats lúdiques i esportives són els principals atractius d'enguany del Saló Internacional del Turisme de Catalunya, que espera rebre, del 17 al 20 de abril, uns 200.000 visitants.

Un any més, el SITC converteix Montjuïc en una oportunitat per viatjar arreu del món i descobrir les mil i una possibilitats per viatjar i fer turisme, o conèixer aquest sector en profunditat. I és que el Saló és un important fòrum de debat que permet reunir nombrosos professionals i experts en turisme sostenible, turisme gai o noves tendències, com ara el moviment "Slow cities".

Grècia, les illes Balears i Oviedo, convidats d'honor

El clima, el paisatge i l'impressionant llegat històric, artístic i cultural com a bressol d'una de les grans civilitzacions, fan de Grècia, el país convidat d'honor, un destí turístic de primer ordre. Amb tot tipus d'atractius per gaudir de la natura, les ciutats, la gastronomia... Grècia presenta mostres de folklore, artesanía, cultura i degustacions de productes típics, rutes i opcions turístiques a mida del viatger.

Les illes Balears (Mallorca, Menorca, Eivissa, Formentera, Cabrera i Dragonera) són presents al SITC com a comunitat autònoma convidada. Amb més de tres-centes platges i paisatges de gran bellesa, les activitats relacionades amb el mar i la nàutica són un dels grans atractius de les Illes que, no obstant això, ofereixen molt més pel turisme que els tòpics de "sol i platja". Al SITC es mostraran rutes alternatives, paisatges, art, història i cultura, espectacles de música en viu, desfilades de moda eivissenca i degustacions gastronòmiques.

Pel que fa a Oviedo, la primera ciutat convidada del SITC, exposa el seu notable patrimoni artístic i cultural, del qual destaquen diversos edificis que són patrimoni de la humanitat per decisió de la UNESCO. Oviedo també promociona noves iniciatives i projectes turístics, com per exemple "Ovie-



do, capital cultural" o "Caldas Villa Termal" i "Oviedo XII siglos". El "Bulevar de la sidra" recrea el carrer Gascona, amb degustacions de sidra i formatges asturians, mentre que la música tradicional hi és present amb dels gaiters Ciudad de Oviedo.

L'innovador Pink Corner

L'edició del SITC 2008 ha donat protagonisme al turisme gai, habilitant el *Pink Corner*, un espai únic que reuneix la major oferta turística i d'oci dirigida al col·lectiu LGTB (Lesbianes, Gais, Transexuals i Bisexuals) i *gay-friendly*. El SITC és el primer saló a Espanya que disposa d'una àrea especialitzada en aquest *target*, que respon al potencial del sector i neix amb el suport de la Federació d'Associacions Coordinadora Gai-Lesbiana. El *corner* espera acollir prop de 50 empreses i associacions, així com espectacles i activitats divulgatives.

Activitats, jornades i fòrums de debat

A més de les propostes lúdiques i turístiques dels 76 països i 1.500 expositors presents al SITC, les exhibicions de música, balls, degustacions gastronòmiques, actuacions diverses, concursos i sorteigs de viatges al Brasil, Grècia, el Canadà, el Marroc, Oviedo, les illes Balears... preveuen aportar interès i diversió als visitants. Un altre dels atractius del Saló és l'exposició "Llars del món" que el fotògraf Raimon Pla ha realitzat a 12 països. Es tracta d'un testimoni gràfic de com i en quin entorn i condicions es viu a Birmània, Jordània, Síria, Turquia o a l'Índia. D'altra banda, a l'àrea "Cultures del món" –organitzada amb la col·laboració de la revista *Altair*– la República de Mali, la regió del Tibet, el Senegal i Gàmbia promocionen mitjançant diversos suports el seu art, artesanía, tradicions i rituals. Finalment, dues jornades sobre la innovació i els serveis de comunicacions mòbils per al sector turístic i el transport de viatgers és la proposta que ofereix Vodafone, soci tecnològic de Fira de Barcelona en comunicacions mòbils. ■



Notícies

OFERTES en el món de les BODES

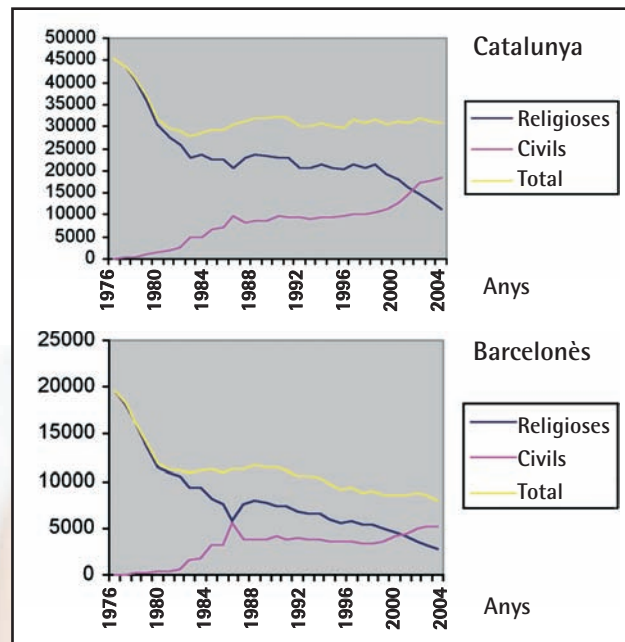
Els canvis a la nostra societat han afectat de ple el món de les bodes. La disminució en el nombre de casaments ha fet que les empreses de restauració s'hagin apuntat a la moda de les ofertes -tempten els nuvis amb tot tipus de regals, avantatges i descomptes- per fer front a la competència i captar com a clients aquells que decideixen passar per l'altar o el jutjat.

Passar per l'altar ja no està de moda. Les estadístiques dels darrers 30 anys -entre 1976 i 2006, segons l'Institut d'Estadística de Catalunya- indiquen que el nombre de bodes que s'han celebrat a Catalunya ha disminuït considerablement (un 32,29%), tot i que la població ha augmentat (de 5.122.000 a 7.134.000 persones), una dada que afecta directament el sector de la restauració. Al Barcelonès la xifra de casaments s'ha reduït un 59,52%, mentre que la població passava de 2.412.000 persones el 1976 a 2.226.000 el 2006. Una altra dada a tenir en compte, però, és que la tendència a celebrar bodes civils s'ha anat incrementant, sobretot en els darrers 5 anys, la qual cosa ha obert un món de possibilitats a l'hora d'escenificar aquestes celebracions. Per exemple, ja són molts els establiments que preparen i organitzen el muntatge de bodes civils, posant fins i tot a l'abast dels nuvis actors que fan de mestre de cerimònies. I és que tot i que cada cop són menys els que es casen, l'oferta d'establiments s'ha incrementat en els darrers anys amb nous hotels, masies i edificis singulars reconvertits en espais on fer banquets.

Opcions per triar i remenar

A diferència de fa uns anys en què calia reservar les bodes amb més d'un any d'anticipació per assegurar-se el restaurant, actualment la demanda ja no supera l'oferta, i ha començat la guerra de preus per aconseguir una bona quota de mercat. També és cert que les parelles d'avui dia no planifiquen la boda amb tant temps, ja que es dona un increment en les reserves d'última hora (menys de 6 mesos d'antelació). La comercialització d'aquest esdeveniment ha canviat d'escenari. A través d'Internet, els nuvis poden accedir a molta informació referent als establiments i l'oferta gastronòmica sense necessitat d'acostar-s'hi. Això permet a les parelles comparar i analitzar les diferents opcions abans de fer la visita. Són moltes les web especialitzades a organitzar ca-

Bodes celebrades a Catalunya i al Barcelonès



saments que informen sobre la multitud d'ofertes i avantatges que els locals posen a l'abast dels nuvis. Els empresaris s'han apuntat a les noves tecnologies: una bona oferta inserida en determinats espais ajuda a posicionar l'establiment en els primers llocs dels cercadors, i assegura que s'arriba a un gran nombre de possibles compradors dels serveis. I és que per vendre una boda ja no n'hi ha prou sent un bon comercial. Com que sovint "mengem amb els ulls", per vendre a través d'imatges cal tenir una web actualitzada, moderna, amb fotos suggerents, que il·lusioni els futurs nuvis a fer la visita a l'establiment.

Però donada la gran competència existent, també s'ha recollit als reclams més suggerents, i la llista de regals i avantatges que s'ofereixen als nuvis és infinita i variada. Menús a preus molt assequibles que inclouen pàrquing i discoteca, establiments que ofereixen el reportatge fotogràfic gratuït a les primeres 20 bodes reservades, suites nupcials, estades de cap de setmana a París o Londres, descomptes en el viatge de nuvis, sessions gratuïtes d'*spa*, limusines, barres lliures incloses, degustacions sense càrrec dels menús, etc. En definitiva, el món de la restauració també s'ha apuntat a la moda de les ofertes. ■

